

Program: „Trening skutecznej sprzedaży” – warsztat z kamerą – 2 dni – poziom podstawowy

Dla kogo?:

- ✦ Kadra Handlowa, Służby sprzedażowe w Organizacjach, Pracownicy, którzy mają kontakt z Klientami zarówno od strony sprzedaży jak i obsługi

Rezultaty szkolenia:

- ✦ Dowiesz się jak wygląda efektywny proces sprzedaży
- ✦ Zrozumiesz, dlaczego klienci nie chcą kupić od Ciebie
- ✦ Nauczysz się badać potrzeby Klientów
- ✦ Dowiesz się jak pozyskiwać niezbędne informacje od Klienta, aby przekonać go do zakupu
- ✦ Będziesz umiał dopasować właściwie swoją ofertę do oczekiwań klientów
- ✦ Przestaniesz bać się podstawowego zastrzeżenia „ZA DROGO”...

Metody realizacji:

- ✦ Ćwiczenia indywidualne
- ✦ Ćwiczenia zespołowe
- ✦ Symulacje
- ✦ Case study
- ✦ Interaktywny wykład
- ✦ Testy
- ✦ Sesje z kamerą* - opcja

Program warsztatu:

Moduł 1: Runda otwarcia – ok. 0,5 h

- ✦ Przedstawienie celów i planu zajęć.
- ✦ Ustalenie reguł współpracy.
- ✦ Poziomy kompetencji z punktu widzenia psychologii i ich wykorzystanie w pracy Handlowca.

Sposoby prowadzenia modułu:

Przedstawienie się prowadzącego oraz uczestników, programu oraz metod pracy, zastosowanie ćwiczeń tzw. „lodołamaczy” w celu pokonania barier wewnętrznych, pisemne ustalenie zasad pracy.

Użycie ćwiczeń umysłowych, mających na celu przedstawienie psychologicznego postrzegania rzeczywistości przez uczestników, jako inspiracja do wprowadzenia zmian w ich mentalności i postawie.

Moduł 2: Typologia klienta oraz analiza czynników podejmowania decyzji – ok. 2 h

- ✦ Typologia i segmentacja Klientów. Decydenci, Strażnicy i Użytkownicy.
- ✦ Stany emocjonalne klientów – niezbędna analiza pre-sprzedażowa.
- ✦ Zależności prowadzenia skutecznej rozmowy handlowej vs. stan emocjonalny rozmówcy.
- ✦ Motywy decydujące o zakupie.
- ✦ Ćwiczenia i odpowiedzi do sytuacji.

Moduł 3: Fazy kupowania i sprzedawania. Proces i etapy sprzedaży ok. 2 h

- ✦ Powiększanie salda portfela
 - „Zdobywanie” nowych klientów – zasady i sposoby.
 - Sprzedaż relacyjna do obecnych klientów – zasady i sposoby
- ✦ Jak działać, aby klient po raz kolejny wybrał nasze rozwiązanie?
- ✦ Sposoby przejścia z części obsługowej na sprzedażową
- ✦ Algorytmy „przejścia sekretarki” – czyli sposoby dotarcia do decydentów przez telefon
- ✦ Podstawowe błędy Doradców.
- ✦ **Ćwiczenia i wskazówki praktyczne.**
- ✦ **Micro scenki z zastosowaniem omawianych narzędzi**

Sposoby prowadzenia modułów:

Prezentowanie w formie interaktywnej prezentacji, zagadnień związanych z budową i analizą stanów emocjonalnych człowieka. Wstęp do analizy transakcyjnej, czyli przedstawienie stereotypów zachowania klienta na bazie ćwiczeń z uczestnikami.

Przeprowadzenie mikro-scenek z wybranymi uczestnikami obrazujących tzw. „teorię góry lodowej”, czyli zobrazowanie obszarów odpowiedzialnych za podejmowanie decyzji u klienta.

Teoretyczne przedstawienie tzw. „Metody 7 kroków od NIE do TAK”, czyli uświadomienie uczestnikom etapów oraz faz kupowania i sprzedawania.

Pierwszy set sposobów i tricków sprzedażowych niezbędnych do zbudowania relacji.

Moduł 4: Infiltracja i badanie prawdziwych potrzeb klienta – ok. 4 h

- ✦ Pierwsze wrażenie, jako fundament nawiązania relacji.
- ✦ Konotacja, czyli dobór odpowiednich słów w sprzedawaniu.
 - Fachowe słownictwo... pomaga czy przeszkadza?
 - Jakich zwrotów używać a jakie są zakazane w sprzedaży?
- ✦ Techniki odkrywania, co motywuje klienta do działania.
- ✦ Praktyka - socjotechniki rozpoznawania potrzeb klientów.
- ✦ **Ćwiczenia i wskazówki – jak skutecznie odkrywać rzeczywiste potrzeby?**
- ✦ **Ćwiczenia z kamerą w obszarze badania potrzeb.**

Sposoby prowadzenia modułu:

Ćwiczenia z grupą, obrazujące znaczenie teorii, że nigdy nie masz drugiej szansy zrobić pierwszego dobrego wrażenia. Omówienie technik wywierania wpływu na drugiego człowieka na bazie konkretnych przykładów z grupy.

Przeprowadzenie mikro-scenek obrazujących dotychczasowy model sprzedaży na bazie konkretnego przykładu z grupy.

Ćwiczenia na rozpoznawanie potrzeb i oczekiwań klientów z wykorzystaniem socjotechnik kodowania oraz innych technik sugerujących. Interaktywne wdrożenie socjotechniki pozyskiwania informacji oraz przećwiczenie poznanej metody w grupie oraz parach.

Moduł 5: Struktura „dobrze skrojonej oferty”. Narzędzia finalizujące sprzedaż mono i multi-produktową – ok. 3,5 h

- ✍ Określenie najlepszego momentu do przedstawienia oferty.
- ✍ Metody i techniki prezentacji oferty.
- ✍ Finalizowanie sprzedaży mono i multiproduktowej.
- ✍ **Praktyczne ćwiczenia stosowania psychotechnik prezentacyjnych.**

Sposoby prowadzenia modułu:

Wskazanie dogodnych momentów do przedstawiania oferty na podstawie przykładów z grupy. Teoretyczne przedstawienie techniki prezentowania oferty na bazie wybranego przykładu oraz przećwiczenie socjotechniki w podgrupach.

Krótkie inscenizacje przykładów modelowego przedstawienia oferty na bazie studium przypadku.

Moduł 6: Strategie działania w sytuacji zastrzeżeń tzw. Trudny klient – ok. 3,5 h

- ✍ Techniki radzenia sobie w sytuacjach zastrzeżeń wypowiedzianych i niewypowiedzianych.
- ✍ Zasady wykorzystania empatii w sytuacjach trudnych.
- ✍ Rozładowanie emocji i sposoby łagodzenia zastrzeżeń.
- ✍ Algorytmy działań w trudnych sytuacjach. Techniki i sposoby na wypracowanie kompromisu oraz asertywnych rozwiązań.
- ✍ Sprzedawanie ceny i sposoby argumentacji przy zastrzeżeniach cenowych.
- ✍ „Ale konkurencja daje więcej... taniej...” - Skuteczne sposoby reakcji
- ✍ **Ćwiczenia i praktyczne wskazówki praktyczne.**

Sposoby prowadzenia modułu:

Przedstawienie i przećwiczenie technik radzenia sobie z zastrzeżeniami klientów. Zbudowanie z grupą konkretnych rozwiązań problemów z Państwa branży z użyciem precyzyjnych sformułowań językowych. Tworzenie „recept” - skryptów do rozmowy.

Interaktywne uzupełnienie wiedzy na bazie wybranych przypadków z obszaru analizy transakcyjnej oraz przekazanie praktycznych sposobów łagodzenia emocji np. przy reklamacjach klientów.

Wprowadzenie i przećwiczenie psychotechnik „sprzedaży wysokiej – korzystnej ceny” oraz zdefiniowanie metod argumentacji słownej przy zastrzeżeniach cenowych.

Ćwiczenia z przykładami z grupy.

Moduł 7: Pomost w przyszłość – ok. 0,5 h

- ✍ Co wykorzystam w przyszłości? Metoda START – STOP-CONTINUE, czyli co nowego zaczynam robić, co zaprzestaje a czego nie zmieniam?
- ✍ Podsumowanie szkolenia. Sesja pytań i odpowiedzi.
- ✍ Rekomendacje do następnych działań rozwojowych